

- Маркетингова - маркетингові дослідження, в тому числі робота з цільовими групами, маркетингова стратегія, брендинг дестинації, PR-акції і реклама.

- Організаторська - консультація з організації заходів індустрії MICE, в пошуку готелю, екскурсійних та транспортних послуг, проведення подій, участь в ярмарках, конференціях, виставках.

- Посередницька - допомога при взаємодії учасників туристичного ринку (турагентів і туроператорів, об'єктів розміщення, підприємств громадського харчування, транспортних компаній). Деякими дослідниками відзначається, що ДМО має співвідносити свої цільові ринки з пропозицією інших стейкхолдерів дестинації, тобто доносити потреби цільових клієнтів до них.

- Комунікаційна - взаємодія в міжнародному туризмі.

- Просвітницька - для жителів дестинації.

- Управління (менеджмент).

Для того, щоб бути конкурентоспроможними, дестинації повинні надавати відвідувачам позитивний досвід та особисті переваги. Такий результат залежить від того, чи працюють багато організацій разом, як одна. Управління дестинацією вимагає злиття різних інтересів для досягнення спільної мети, забезпечення життєздатності та цілісності місця призначення зараз і в майбутньому.

Насправді, ДМО може надавати зв'язок між приватним сектором, державним сектором та іншими зацікавленими сторонами, які порізно співпрацюють або не розуміють як їхні рішення впливають на туристичні напрямки в довгостроковій перспективі.

Таким чином, ДМО відіграють важливу роль в формуванні привабливості туристської дестинації та подальшому її розвитку. Для створення та успішного розвитку таких організацій необхідна ініціація, створення та початкове фінансування, яке може забезпечити держава та подальший контроль діяльності. ДМО несуть інтерес як для туристського ринку та індустрії регіону, так і для кінцевого споживача, підвищуючи ефективність туристської індустрії.

ДОСЛІДЖЕННЯ ЗНАЧЕННЯ МОТИВАЦІЇ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ

Шкарубо М.О.

Науковий керівник – Оболенцева Л.В., канд. екон. наук, доцент

Для здійснення якісного та динамічного розвитку індустрії гостинності необхідним є наукове обґрунтування системи мотивації майбутніх працівників даної сфери, яке б сприяло підвищенню конкурен-

тоспроможності в галузі, інтеграції вітчизняних підприємств та її об'єднань до світового простору. Для розробки зазначеної системи необхідно сформувати зацікавленість кожного працівника у власній високопродуктивній праці, досягненні максимальної результативності та ефективності на своєму підприємстві, розуміння власної причетності до вирішення тактичних та стратегічних завдань. Необхідним є дослідження взаємозв'язку матеріальних та нематеріальних факторів мотивації та стимулювання.

На сьогоднішній день підприємства на практиці відчули, що розвиток та успіх ринкових відносин неможливий без пошуку сучасних та ефективних форм мотивації та стимулювання праці. В той же час у багатьох державах Західної Європи та у США мотиваційні аспекти управління персоналом компаній та організацій набули великого значення, і ці методи та досвід мотивації можуть бути з успіхом пристосовані до української практики.

Демократизація суспільного життя, покращення матеріального стану населення та зростаючі потреби у задоволенні культурних та духовних потреб людей вимагають покращення умов праці, зміни у сприйнятті роботи не як повинності, а як творчого призначення та самореалізації особистості, що свідомою працею приносить добробут у життя суспільства. Але такий підхід не повинен заважати продуктивності праці, знижувати ефективність діяльності. Отже, для створення умов праці, що відповідали б сучасним вимогам та сприяли продуктивній та конкурентоспроможній діяльності організацій необхідно створення ефективних систем мотивації персоналу, що забезпечили б їхнє процвітання. На сучасному етапі розвитку техніки та технологій людські ресурси, ініціативність, креативність у вирішенні проблем та лояльність персоналу до організації відіграють визначну роль у життєздатності організації. Тому, для створення відповідних потребам українського суспільства систем мотивації трудової діяльності персоналу в підприємствах України необхідно вивчати структуру потреб людей, їхні інтереси та мотиви.

Огляд досліджень з мотивації трудової діяльності показує наскільки важливим є це питання, і його значення загострюються все більше в умовах сучасної економіки. Багатогранність процесу мотивації підкреслюється численними теоріями, що були представлені найвидатнішими вченими. Незаперечним є і той факт, що змістовні та процесуальні мотиваційні теорії розглядають різні аспекти мотивації, а тому не суперечать, а лише розкривають сутність поняття мотивації з різних боків.

На даний момент у більшості українських організацій не приділяють достатньої уваги такому ресурсу як персонал, і мотиваційний механізм спирається здебільшого на матеріальні фактори впливу, що призводить до цілої низки проблем. Типовими проблемами організацій, де нехтують питанням мотивації, є:

- високий рівень плинності кадрів;
- висока конфліктність;
- низький рівень виконавчої дисципліни;
- неякісна праця;
- низька ефективність впливу керівників на підлеглих;
- проблеми у створенні злагодженої команди;
- слабка перспектива кар'єрного росту, що відображається на робочому тонусі працівників;
- протиріччя між підприємцем та працівником;
- низький професійний рівень персоналу;
- безініціативність працівників;
- діяльність керівництва негативно оцінюється персоналом;
- незадовільний морально-психологічний клімат;
- небажання співробітників організації підвищувати свою кваліфікацію;
- невідповідність між реальною поведінкою співробітника та очікуваннями відносно нього з боку керівника.

Саме лише запобігання цим проблемам вже є достатньою причиною для дослідження проблем впровадження мотиваційного механізму на підприємстві. Але ж мотивація персоналу здатна не лише усунути проблеми, але й принести суттєву вигоду. Тобто існує перехід від негативного стану (наприклад, небажання персоналу підвищувати кваліфікацію, пристосовуватись до змін, нового обладнання чи технологій) до нейтрального (немає опору, але й не проявляється ініціатива чи бажання розвиватись професійно) та до позитивного (працівники компанії охоче ставляться до можливості навчання, професійного росту, підвищення кваліфікації і т.д.).

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Гапон Ю.С.

Науковий керівник – Єфременко Т.М., канд. техн. наук, доцент

Управління персоналом, як наука пов'язана з такими науками, як психологія, економіка праці, конфліктологія, соціологія праці, етика, організація управління персоналом та багато інших. Загаль-